

PENERAPAN PRINSIP *DISCLOSURE* TERHADAP PROSPEKTUS PENAWARAN DALAM PERJANJIAN KERJASAMA WARALABA

Utari Ony Savita¹, Nynda Fatmawati²
Universitas Narotama Surabaya
Email: vitafirmansyah84@yahoo.com

Abstract

The procedures that must be fulfilled by the parties in the franchise contract according to PP No. 42 of 2007 namely the Franchise Offer Prospectus. However, both the Franchisor and the Franchisee as parties to the franchise contract in practice in the business world in Indonesia until now still very rarely understand the importance of a Franchise Offer Prospectus that must be made by a Franchisor that is transparent or by following the principle of disclosure given to prospective Franchisee, before a franchise agreement is made. This type of legal research is normative juridical, using primary data obtained in legal principles, legal comparisons written in laws and regulations, as well as applicable norms and secondary data obtained by conducting library research.

The results obtained in this study are that the arrangement of the franchise offer prospectus in the franchise agreement refers to Article 7 of PP No. 42 of 2007 concerning franchises which is still general in nature, and in its application, it is regulated in the Regulation of the Minister of Trade Number 71 of 2019 concerning the Implementation of Franchising. In the government regulation and the Minister of Trade Regulation, the rights and obligations of both parties are determined, the obligations that must be fulfilled before deciding to make a franchise agreement, namely the franchisee is obliged to make a Franchise Offer Prospectus by fulfilling the principle of disclosure as material for consideration for prospective franchisees to be able to decide whether to proceed with making an agreement. The franchisee is interested in the offer or is not followed up with a franchise agreement because they are not interested in the offer.

Keywords: Franchise Agreement, Offer Prospectus, disclosure principle.

1. Pendahuluan

Konsep bisnis waralaba akhir-akhir ini telah menjadi salah satu *trendsetter* yang memberi warna baru dalam dinamika perekonomian Indonesia. Animo masyarakat Indonesia terhadap munculnya peluang usaha Waralaba sangat signifikan. Animo ini terefleksi pada dua cermin yakni : jumlah pembeli dan jumlah peluang usaha yang terkonversi menjadi sistem bisnis dengan konsep Waralaba. Dalam rangka meningkatkan pembinaan usaha waralaba di seluruh Indonesia perlu mendorong pengusaha nasional terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai Pemberi Waralaba nasional yang handal dan mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri khususnya dalam memasarkan produk dalam negeri. Pengaturan waralaba berbentuk Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (selanjutnya disebut PP No. 42/2007). Pengertian waralaba sebagaimana Pasal 1 ayat (1) PP No. 42/2007:

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Abdulkadir Muhammad mengartikan Waralaba dengan “Menjalankan usaha dalam bisnis siap pakai yang merupakan kegiatan usaha penjualan barang secara retail kepada masyarakat luas”.¹ Secara bebas dan sederhana, Waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilege*) yang terjamin dan atau diberikan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, pengertian Waralaba menurut Adrian Sutedi adalah “pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh Pemberi Waralaba kepada pihak independen atau Penerima Waralaba untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan². Bisnis dengan sistem Waralaba pada dasarnya adalah sebuah metode pendistribusian barang dan jasa kepada masyarakat konsumen³. Terdapat 2 (dua) pihak yang terlibat dalam Perjanjian Waralaba yaitu Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. Menurut Pasal 1 ayat (2) dan ayat (3) PP No. 42/2007, disebutkan:

- (2) Pemberi Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba.
- (3) Penerima Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba.

Pasal 4 Ayat (1) PP No. 42/2007 disebutkan bahwa Waralaba diselenggarakan berdasarkan Perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Berdasarkan definisi Waralaba tersebut, unsur Waralaba terdiri atas: (1) adanya perjanjian bentuk tertulis; (2) adanya pihak Pemberi dan Penerima Waralaba; (3) menyangkut obyek.

Mengacu pada uraian pasal di atas dapat dijelaskan bahwa hubungan hukum antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba didasarkan atas perikatan yang dilahirkan oleh perjanjian, yang bersifat pemberian izin kepada Penerima Waralaba dengan persyaratan tertentu untuk menjalankan bisnis Waralaba yang dimiliki oleh Pemberi Waralaba. Penerima Waralaba harus mematuhi apa yang disyaratkan oleh Pemberi Waralaba, sehingga ada kemungkinan dalam Perjanjian Waralaba ini ada suatu perbedaan dalam posisi pihak-pihak. Hal ini dapat saja terjadi dan memposisikan penerima waralaba dalam keadaan yang lemah, dan sebaliknya posisi Pemberi Waralaba hampir selalu berada di pihak yang lebih kuat karena belum adanya perundang-undangan yang memberikan perlindungan hukum terhadap pihak Penerima Waralaba. Terlebih lagi karena terjadinya Perjanjian Waralaba diserahkan sepenuhnya pada

¹Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, hlm. 374.

²Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Cetakan Pertama, Bogor, 2008, hlm. 6

³H. Moch. Basarah & H.M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Cetakan ke I, Bandung, 2008, hlm. 2

kesepakatan kedua pihak saja dan terkadang Pemberi Waralaba sebagai pihak yang lebih kuat cenderung mendikte keinginannya. Perjanjian Waralaba diatur dalam Buku III *Burgerlijk Wetboek* (B.W.), yang menganut asas terbuka, maksudnya, para pihak dalam membuat Perjanjian Waralaba diberi kebebasan dengan batasan tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum maupun kesusilaan.

Dalam bisnis Waralaba, kelangsungan hidup pihak Penerima Waralaba banyak bergantung pada Pemberi Waralaba. Penerima Waralaba perlu mengetahui legalitas, bonafiditas dan solidaritas perusahaan/pihak Pemberi Waralaba sehingga layak bagi Penerima Waralaba untuk mempertaruhkan sejumlah uang tertentu untuk membuka usaha Waralaba. Perjanjian Waralaba diharapkan sebagai salah satu aspek perlindungan hukum bagi para pihak dari kemungkinan terjadi kerugian salah satu pihak dari perbuatan pihak lain, karena dalam Perjanjian tersebut dibuat secara tertulis sehingga diketahui secara jelas mengenai hak-hak dan kewajiban serta jika ada suatu pelanggaran terhadap Perjanjian tersebut, karenanya Perjanjian Waralaba dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakan perlindungan hukum bagi yang membuat Perjanjian Waralaba tersebut. Perjanjian Waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh para pihak. Persyaratan dan komitmen dalam Perjanjian Waralaba berkaitan dengan hak dan kewajiban para pihak, misalnya hak teritorial yang dimiliki oleh Penerima Waralaba, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya yang harus dibayar oleh Penerima Waralaba kepada Pemberi Waralaba, ketentuan berkaitan dengan laba dan perpanjangan Perjanjian Waralaba dan yang lainnya.

Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) dengan tegas dinyatakan bahwa kontrak yang telah dibuat secara sah oleh para pihak mengikat mereka sebagai undang-undang. Ketentuan tersebut memberi kebebasan bagi para pihak untuk dapat membuat ketentuan sendiri yang dapat mengikat kedua belah pihak agar terdapat kepastian hukum. Oleh karena itu, berdasarkan asas kebebasan berkontrak para pihak khususnya yang terlibat dalam bisnis Waralaba selain dapat merujuk ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, juga Pasal 1320 KUH Perdata sebagai ketentuan secara umum yang mengatur syarat sahnya suatu kontrak. Dengan ketentuan tersebut, setiap orang bebas untuk membuat segala macam kontrak, dan ketertiban umum, serta kontrak tersebut harus dilaksanakan dengan iktikad baik.

Para pihak di sini satu sama lain harus menaati isi dan maksud dari kontrak yang mereka buat sehingga sebuah Perjanjian Waralaba akan mengikat, baik Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba. Menurut T. Mulya Lubis, "sangat penting bagi para pihak untuk mengatur isi kontrak secara rinci"⁴. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ketentuan-ketentuan dalam Buku III tentang Perikatan dalam KUH Perdata di atas, sesungguhnya dapat dijadikan sebagai dasar hukum bagi para pihak yang akan mengadakan kontrak Waralaba.

Prospektus menurut Pasal 1 ayat (7) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba (selanjutnya disebut Permendag No. 71 Tahun 2019) adalah:

⁴T. Mulya Lubis, *Pengaturan Sistem Franchising di Indonesia Dewasa ini*, dalam Siminar Franchising in the 90's, Jakarta, 8-9 Oktober 1991.

Prospektus Penawaran Waralaba adalah keterangan tertulis dari Pemberi Waralaba yang paling sedikit menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, laporan keuangan, jumlah tempat usaha, daftar Penerima Waralaba, hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, serta Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Pemberi Waralaba.

Pasal 7 PP No. 42/2007 jo. Pasal 5 ayat 91 Permendag No. 71 Tahun 2019 disebutkan tentang kewajiban Pemberi Waralaba adalah sebagai berikut:

- (1) Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan harus menyampaikan Prospektus Penawaran Waralaba kepada calon Penerima Waralaba atau calon Penerima Waralaba Lanjutan paling lambat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan Perjanjian Waralaba.
- (2) Prospektus Penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit materi atau klausula sebagaimana tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.
- (3) Dalam hal Prospektus Penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing harus diterjemahkan secara resmi ke dalam Bahasa Indonesia.

Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 (PP No. 42 Tahun 2007) mengatur bahwa prospektus penawaran Waralaba merupakan kewajiban Pemberi Waralaba terhadap Penerima Waralaba serta mewajibkan Pemberi Waralaba untuk mendaftarkan prospektus penawaran Waralaba sebelum membuat Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba, sebagaimana ketentuan Pasal 10 ayat (1) PP No. 42/2007. Pendaftaran prospektus penawaran Waralaba tersebut dilakukan untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). PP No. 42 Tahun 2007 juga memuat ketentuan tentang denda dan sanksi administrasi bagi Pemberi Waralaba yang tidak mendaftarkan prospektusnya.

Ketentuan ini mengatur kewajiban pihak Pemberi Waralaba untuk menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional dalam memasarkan barang dan/atau jasa dengan Waralaba. Terbuka berkaitan dengan persyaratan esensial kerjasama yang diajukannya kepada calon Penerima Waralaba. Keterbukaan memiliki arti tidak ada yang ditutupi (transparan), semua fakta harus dikemukakan. Transparansi informasi menjadi kewajiban Pemberi Waralaba didasari azas iktikad baik agar Penerima Waralaba dapat mempelajari dalam waktu yang cukup dan mengambil keputusan atas dasar awal yang kuat untuk melakukan kegiatan Waralaba secara terbuka dan sehat. Prinsip ini juga untuk menghindarkan adanya pernyataan yang menyesatkan (*misrepresentation*) atau praktek penipuan. Pihak Pemberi Waralaba dibebani kewajiban untuk menyampaikan semua informasi yang relevan tentang perusahaannya secara terbuka dan transparan, sehingga atas dasar bahan tersebut pihak Penerima Waralaba dapat mempertimbangkan dengan sungguh-sungguh, apakah ia akan terjun dalam usaha Waralaba itu atau tidak.

Pelanggaran terhadap PP No. 42/2007 seperti misalnya terjadi pada pemegang Master Franchise Mrs. Fields di Indonesia yang tidak membuat prospektus penawaran yang transparan yang diberikan kepada penerima waralaba sebagai bahan pertimbangan

dan informasi yang transparan kepada calon penerima waralaba akan mempengaruhi dari keabsahan perjanjian. Ketidadaan prospektus penawaran waralaba menjadi tidak jelas apa yang menjadi hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba. Hal tersebut sangat bertentangan dengan ketentuan Pasal 4 ayat (1) jo. Pasal 5 PP No. 42/2007, yang menyebutkan sebagai berikut:

"Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia."

Sedangkan pada ketentuan Pasal 5 PP No. 42 Tahun 2007 menyatakan bahwa:

- a. nama dan alamat para pihak;
- b. jenis Hak Kekayaan Intelektual;
- c. kegiatan usaha;
- d. hak dan kewajiban para pihak;
- e. bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- f. wilayah usaha;
- g. jangka waktu perjanjian;
- h. tata cara pembayaran imbalan;
- i. kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris;
- j. penyelesaian sengketa; dan
- k. tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Berdasarkan uraian tersebut di atas pihak Pemberi Waralaba dalam menjalankan bisnis waralaba yang dituangkan dalam perjanjian waralaba tidak mengikuti pengaturan yang ada. Berdasarkan hal tersebut maka permasalahannya dirumuskan adalah: (1) Bagaimana pengaturan bisnis waralaba di Indonesia, dan (2) Bagaimana penerapan Prinsip *Disclosure*/Transparansi terhadap pembuatan prospektus penawaran dalam perjanjian waralaba

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini yuridis normative, dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).⁵ *Statute approach* yaitu pendekatan yang dilakukan dengan mengidentifikasi serta membahas peraturan perundang-undangan yang berlaku berkaitan dengan waralaba, di antaranya Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba. Pendekatan konsep atau *conceptual approach* yaitu suatu pendekatan dengan cara membahas pendapat para sarjana sebagai landasan pendukung pembahasan materi karya ilmiah ini.

⁵Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006, hlm. 93.

3. Pembahasan

1.1. Pengaturan Bisnis Waralaba di Indonesia

Sebelum dibuatkan perjanjian waralaba, pemberi waralaba terlebih dahulu harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba. Penyelenggaraan waralaba diatur dalam PP No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Permendag No. 71 Tahun 2019, maka pengaturan mengenai syarat dan prosedur prospektus penawaran waralaba diatur dalam bab secara tersendiri.

Pasal 1 angka 7 Permendag No.71/2019 menyebutkan:

“Prospektus Penawaran Waralaba adalah keterangan tertulis dari Pemberi Waralaba yang paling sedikit menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, laporan keuangan, jumlah tempat usaha, daftar Penerima Waralaba, hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, serta Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Pemberi Waralaba.”

Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa prospektus waralaba merupakan pernyataan tertulis dari pemberi waralaba/pemberi waralaba lanjutan untuk menjelaskan bahwa bisnis waralaba (*franchise*) yang sedang dikembangkan telah memenuhi seluruh unsur-unsur administrasi, keuangan, manajemen serta hukum. Pihak dari penerima waralaba/penerima waralaba lanjutan tidak perlu khawatir dalam melakukan kegiatan usahanya nantinya.

Mengacu pada Pasal 7 ayat (1) PP No. 42 Tahun 2007, Pemberi waralaba memiliki kewajiban memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran. Artinya, sebelum membuat “Perjanjian Waralaba”, pemberi waralaba/pemberi waralaba lanjutan memiliki kewajiban untuk memberikan “Prospektus Penawaran Waralaba” kepada calon penerima waralaba/penerima waralaba lanjutan. Jangka waktu pemberian prospektus waralaba dari pemberi waralaba/pemberi waralaba lanjutan kepada penerima waralaba/penerima waralaba lanjutan adalah paling lambat 2 minggu sebelum penandatanganan perjanjian waralaba, sebagaimana Pasal 5 ayat (1) Permendag No. 71/2019).

Waralaba (*franchise*) diselenggarakan berdasarkan perjanjian. Perjanjian yang dimaksud mengacu pada ketentuan Pasal 1313 KUH Perdata yakni "suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih". Subekti mengartikan perjanjian adalah "suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal".⁶ Hubungan antara perikatan dengan perjanjian, dijelaskan oleh Subekti sebagai berikut: “Hubungan antara perikatan dengan perjanjian adalah bahwa perjanjian itu menerbitkan perikatan. Perjanjian adalah sumber perikatan, di samping sumber-sumber lain”.⁷

Perjanjian waralaba agar mengikat di antara kedua belah pihak, maka harus dibuat dengan memenuhi syarat sahnya perjanjian. Syarat sahnya perjanjian sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUH Perdata adalah sebagai berikut: (1)

⁶Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 2001, hlm. 1.

⁷*Ibid.*

sepakat mereka yang mengikatkan dirinya: (2) kecakapan untuk membuat suatu perikatan; (3) suatu hal tertentu; (4) suatu sebab yang diperkenankan.

Unsur pertama, sepakat mereka yang mengikatkan dirinya. Pihak-pihak yang membuat perjanjian waralaba sebagai pihak yang mengikatkan dirinya mengandung makna bahwa “para pihak yang membuat perjanjian telah sepakat atau ada persesuaian kemauan atau saling menyetujui kehendak masing-masing, yang dilahirkan oleh para pihak dengan tiada paksaan, kekeliruan atau penipuan”.⁸ Jadi dikatakan terdapat suatu kata sepakat antara para pihak yang membuat perjanjian waralaba ada suatu kemauan yang bebas dalam arti perjanjian dibuat tanpa ada unsur paksaan, penipuan maupun kekhilafan. Perihal sepakat dalam perjanjian, tunduk pada asas konsensual, maksudnya sepakat kedua belah pihak telah melahirkan perjanjian. Berkenaan dengan unsur sepakat ini Riduan Syahrani membaginya dalam 4 (empat) teori sebagai berikut:

- 1) *Uitings theorie* (teori saat melahirkan kemauan). Menurut teori kemauan, perjanjian terjadi apabila atas penawaran telah dilahirkan kemauan menerimanya dari pihak lain. Kemauan ini dapat dikatakan telah dilahirkan.
- 2) *Verzend theorie* (teori saat mengirimkan surat penerimaan), pada teori ini perjanjian terjadi pada saat surat penerimaan dikirimkan kepada penawar.
- 3) *Ontvangs theorie* (teori saat penerimaan surat penerimaan), menurut teori ini perjanjian terjadi pada saat menerima surat penerimaan sampai di alamat penawar.
- 4) *Vernemings theori* (teori saat mengetahui surat penerimaan). Menurut teori ini perjanjian baru terjadi apabila si penawar telah membuka dan membaca surat penerimaan itu.⁹

Kesepakatan melahirkan suatu perjanjian, Subekti mengemukakan bahwa: “Perjanjian harus dianggap dilahirkan pada saat di mana pihak yang melakukan penawaran menerima yang termaktub dalam surat tersebut, sebab detik itulah dapat dianggap sebagai detik lahirnya kesepakatan”.¹⁰

Unsur kedua, kecakapan untuk membuat suatu perikatan. Pihak-pihak yang membuat perjanjian waralaba tersebut harus cakap bertindak dalam hukum keperdataan, maksudnya para pihak cakap bertindak dalam hukum, yaitu telah dewasa dan tidak ditaruh di bawah pengampuan serta mempunyai kewenangan beretindak. Cakap bertindak menurut menurut Pasal 1329 KUH Perdata adalah “cakap untuk membuat suatu perikatan-perikatan, kecuali jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap”. Menurut Pasal 1330 angka 1 dan 2 KUH Perdata bahwa “Tak cakap untuk membuat suatu perikatan adalah: (1) orang-orang yang belum dewasa; (2) mereka yang ditaruh di bawah pengampuan”. Dikatakan belum dewasa menurut Pasal 1330 KUH Perdata adalah mereka yang belum mencapai umur genap 21 (dua puluh satu) tahun, dan tidak lebih dahulu telah kawin.

Unsur ketiga, suatu hal tertentu. Di dalam perjanjian waralaba harus ada obyek yang diperjanjikan sebagai suatu hal tertentu, maksudnya perjanjian yang dibuat harus ada obyek yang diperjanjikan untuk diserahkan atau dibuat. Obyek yang diperjanjikan

⁸Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-asas Hukum Perdata*, Alumni, Bandung, 1989, hlm. 214.

⁹*Ibid.*

¹⁰ Subekti, *Op. Cit.*, hlm. 13.

dalam perjanjian waralaba menurut Pasal 1333 KUH Perdata setidaknya harus tertentu, setidaknya harus ditentukan jenisnya, sedangkan jumlahnya tidak perlu ditentukan, asalkan saja dikemudian hari dapat ditentukan atau diperhitungkan. Menurut ketentuan Pasal 1334 KUH Perdata, bahwa barang yang baru akan ada dikemudian hari dapat menjadi obyek perjanjian. Menurut Wirjono Prodjodikoro bahwa barang yang belum ada yang dijadikan obyek perjanjian tersebut dapat dalam pengertian mutlak (*absolute*) dan dapat dalam pengertian relatif (*nisbi*).¹¹ Apabila dikaitkan dengan perjanjian jual beli misalnya, bahwa yang dijadikan obyek harus tertentu atau setidaknya ditentukan jenisnya, termasuk barang-barang yang baru akan ada di kemudian hari juga dapat dijadikan obyek perjanjian jual beli. Perikatan yang obyeknya tidak memenuhi Pasal 1333 KUH Perdata adalah batal, namun berdasarkan Pasal 1334 KUH Perdata bahwa barang-barang yang baru akan ada di kemudian hari dapat menjadi obyek persetujuan, kecuali jika dilarang oleh undang-undang secara tegas.

Unsur keempat, suatu sebab yang diperkenankan. Perjanjian waralaba yang dibuat tersebut obyeknya haruslah diperkenankan, maksudnya bahwa perjanjian waralaba tersebut tidak dilarang oleh undang-undang, ketertiban umum maupun kesusilaan. Hal ini berarti bahwa dalam perjanjian yang dibuat mungkin terjadi: (1) perjanjian tanpa sebab; (2) perjanjian dengan suatu sebab yang palsu atau terlarang, dan (3) perjanjian dengan suatu sebab yang diperkenankan¹². Ketentuan ini merujuk pada Pasal 1335 dan Pasal 1337 KUH Perdata. Berkenaan dengan perkataan “sebab” Vollmar menambahkan bahwa terdapat beberapa interpretasi dari para sarjana, yang pada dasarnya adalah sebagai berikut:

- 1) Perkataan “sebab” sebagai salah satu syarat perjanjian adalah sebab dalam pengertian ilmu pengetahuan hukum yang berbeda dengan pengertian ilmu pengetahuan lainnya;
- 2) Perkataan “sebab” itu bukan pula motif (desakan jiwa yang mendorong seseorang melakukan perbuatan tertentu) karena motif adalah soal bathin yang tidak diperdulikan oleh hukum;
- 3) Perkataan “sebab” secara *letterlijk* berasal dari perkataan *oorzaak* atau causa yang menurut riwayatnya bahwa yang dimaksud dengan perkataan itu dalam perjanjian adalah tujuan yakni apa yang dimaksudkan oleh kedua pihak dengan mengadakan perjanjian¹³.

Perjanjian waralaba dibuat secara tertulis yang dalam dunia perdagangan disebut juga dengan kontrak. Hal ini berarti bahwa kaitannya dengan kontrak diutamakan kesepakatan kedua belah pihak sebagai dasar utama dari kontrak. Hal ini memang seharusnya demikian, karena kontrak disyaratkan dibuat secara tertulis, sehingga apa yang ada dalam kontrak tersebutlah yang mengikat pihak-pihak.

Syarat sepakat mereka yang mengikatkan dirinya dan kecakapan untuk membuat suatu perikatan disebut dengan syarat subyektif perjanjian, sedangkan syarat

¹¹ Wirjono Prodjodikoro, *Hukum Acara Perdata Di Indonesia*, Sumur Bandung, 1991, hlm. 22-23.

¹² Vollmar, *Inleiding tot de studie van het Nederlands Burgerlijk Recht*, Terjemahan Adiwimarta, Gajahmada, Yogyakarta, 1962, hlm. 127.

¹³ *Ibid.*

suatu hal tertentu dan suatu sebab yang diperkenankan disebut dengan syarat obyektif perjanjian. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Subekti sebagai berikut: "Dua syarat yang pertama, dinamakan syarat-syarat subyektif, karena mengenai orang-orangnya atau subyeknya yang mengadakan perjanjian, sedangkan dua syarat yang terakhir dinamakan syarat-syarat obyektif karena mengenai perjanjiannya sendiri atau obyek dari perbuatan hukum yang dilakukan itu".¹⁴ Apabila perjanjian yang dibuat syarat subyektifnya tidak terpenuhi, maka perjanjian tersebut dapat dimintakan pembatalan (*vernietigbaar*) sesuai dengan yang dikemukakan oleh Subekti sebagai berikut: "Apabila pada waktu pembuatan perjanjian, ada kekurangan mengenai syarat yang subyektif, maka perjanjian itu bukan batal demi hukum (*nietig*), tetapi dapat dimintakan pembatalan".¹⁵ Namun jika syarat obyektif tidak dipenuhi, maka "perjanjiannya adalah batal demi hukum. Dalam hal yang demikian secara yuridis dari semula tidak ada suatu perjanjian dan tidak ada pula suatu perikatan antara orang-orang yang bermaksud membuat perjanjian itu".¹⁶

Kontrak klausula waralaba jika dibuat telah memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana Pasal 1320 KUH Perdata, maka perjanjian tersebut mengikat kedua belah pihak sebagaimana mengikatnya undang-undang. Hal ini sesuai dengan bunyi Pasal 1338 KUH Perdata, yang menentukan bahwa "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya". Perkataan "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya" sebagaimana Pasal 1338 KUH Perdata di atas, mengandung maksud bahwa buku III KUH Perdata menganut asas kebebasan berkontrak, maksudnya bahwa: "Setiap orang boleh mengadakan perjanjian apa saja, walaupun belum atau tidak diatur dalam undang-undang. Walaupun berlaku asas ini, kebebasan berkontrak tersebut lazimnya dibatasi oleh tiga hal, yaitu tidak dilarang oleh undang-undang, tidak bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum".¹⁷

Perjanjian merupakan suatu perbuatan hukum yang dibuktikan dengan suatu akta. Menurut Pasal 1867 KUH Perdata menentukan bahwa "pembuktian dengan tulisan dilakukan dengan tulisan-tulisan otentik maupun dengan tulisan-tulisan di bawah tangan". Jadi akta sebagai bukti terdiri dari akta di bawah tangan dan akta otentik. Akta di bawah tangan yang dimaksud adalah "akta yang ditandatangani di bawah tangan, surat-surat, register-register, surat-surat urusan rumah tangga dan lain-lain tulisan yang dibuat tanpa perantaraan seorang pegawai umum", (Pasal 1874 KUH Perdata). Jadi akta di bawah tangan merupakan akta yang sengaja dibuat oleh pihak-pihak sendiri tidak dibuat oleh pejabat umum yang mempunyai kewenangan membuat akta, yang oleh para pihak dipergunakan sebagai alat bukti telah terjadinya suatu perbuatan hukum. Oleh karena dibuat oleh pihak-pihak saja, maka kekuatan mengikatnya akta itu hanya sebatas pihak-pihak yang membuatnya saja, sesuai dengan ketentuan Pasal 1338 KUH Perdata bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi pihak-pihak yang membuatnya.

¹⁴ Subekti, *Op. Cit.*, hlm. 17.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 22.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001 (selanjutnya disebut Abdulkadir Muhammad II), hlm. 84.

Pengaturan waralaba bukan hanya terpaku pada hukum perjanjian atau perjanjian waralaba yang diatur dalam KUH Perdata, tetapi juga meliputi beberapa aspek hukum HKI, meliputi: (1) ciptaan sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 19 Tahun 2001 (UU No. 19/2002) tentang Hak Cipta; (2) merek sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 (UU No. 15/2001) tentang Merek; (3) desain industri sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 31 Tahun 2002 (UU No. 31/2000) tentang Desain Industri; (4) paten sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 14 Tahun 2001 (UU No.14/2001) tentang Paten; dan (5) rahasia dagang sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 30 tahun 2000 (UU No. 30/2000) tentang Rahasia Dagang. Selain itu terdapat aspek hukum lainnya yaitu aspek hukum persaingan usaha, ketentuan alih teknologi dan pembatasan royalti, kontrol ekspor dan impor, ketentuan investasi dan perdagangan, ketentuan imigrasi dan perpajakan.¹⁸

Sebelum pemberi waralaba menyampaikan Prospektus kepada Penerima Waralaba, terlebih dahulu Prospektus itu harus didaftarkan. Pendaftaran dilakukan ke Kementerian Perdagangan melalui Direktorat Bina Usaha perdagangan. Setelah Prospektus Penawaran Waralaba didaftarkan, Pemberi Waralaba kemudian akan memperoleh Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). STPW merupakan syarat bagi pelaku usaha waralaba, yang tanpa surat ini waralabanya bisa ditutup.¹⁹

3.2. Penerapan Prinsip *Disclosure*/Transparansi Terhadap Pembuatan Prospektus Penawaran Dalam Perjanjian Waralaba

3.2. 1. Prospektus Penawaran Dalam Perjanjian Waralaba

Prospektus penawaran waralaba dalam perjanjian waralaba bermanfaat bagi pemerintah guna memperoleh informasi hukum cukup dan memadai, guna melakukan pemerataan ekonomi dan mewujudkan keberpihakan terhadap perekonomian dalam negeri. Prospektus penawaran waralaba merupakan kewajiban yang harus diserahkan oleh pemberi waralaba kepada calon penerima waralaba dengan berdasarkan asas-asas perjanjian pada asas kebebasan berkontrak, asas konsensualitas, asas itikad baik, asas kerahasiaan, asas persamaan hukum dan asas keseimbangan. Di mana dalam penerapannya yang bersifat fleksibel, karena peraturannya hanya menentukan hal-hal yang pokok.

Prospektus Penawaran Waralaba sebagaimana tercantum dalam Lampiran I Permendag No. 71 Tahun 2019 di dalamnya paling sedikit memuat:

1. Data identitas Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan, yaitu fotokopi Kartu Tanda Penduduk atau paspor pemilik usaha apabila perseorangan dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk atau paspor para pemegang saham, komisaris, dan direksi apabila berupa badan usaha.
2. Legalitas usaha Waralaba, yaitu izin teknis seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Izin Tetap Usaha Pariwisata, Surat Izin Pendirian Satuan Pendidikan, atau izin usaha yang berlaku di negara Pemberi Waralaba.

¹⁸ Rahmi Jened dan Mas Rahmah, *Perjanjian Franchising Merek dalam Rangka Pengembangan Pasar Di Indonesia*, Lembaga Penelitian Universitas Airlangga Surabaya, Nopember 2004, hlm. 33-48.

¹⁹ <https://www.legalakses.com/prospektus-penawaran-waralaba>, diakses 11 Juli 2022, pukul : 1725 wib.

3. Sejarah kegiatan usahanya, yaitu uraian yang mencakup antara lain mengenai pendirian usaha, kegiatan usaha, dan pengembangan usaha.
4. Struktur organisasi Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan, yaitu struktur organisasi usaha Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan mulai dari komisaris dan direksi sampai dengan ke tingkat operasionalnya.
5. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, yaitu laporan keuangan atau neraca keuangan Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan 2 (dua) tahun terakhir yang telah diaudit oleh akuntan publik. Bagi Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan yang termasuk dalam skala usaha mikro dan kecil, laporan keuangan dimaksud tidak perlu diaudit.
6. Jumlah tempat usaha, yaitu gerai/tempat usaha Waralaba sesuai dengan kabupaten/kota domisili untuk Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan berasal dari dalam negeri dan sesuai dengan negara domisili gerai/tempat usaha untuk Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan berasal dari luar negeri.
7. Daftar Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan, yaitu daftar nama dan alamat Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan, baik yang berdomisili di Indonesia maupun di luar negeri.
8. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan dan Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan, yaitu hak dan kewajiban yang meliputi:
 - a. Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan
 - 1) hak untuk menerima fee atau royalty dari Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan; dan
 - 2) kewajiban untuk memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada Penerima Waralaba dan Penerima Waralaba Lanjutan.
 - b. Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan
 - 1) hak untuk menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau Ciri Khas Usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba; dan 2) kewajiban untuk menjaga kode etik/kerahasiaan Hak Kekayaan Intelektual atau Ciri Khas Usaha yang diberikan Pemberi Waralaba
9. Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) yang memuat informasi mengenai Hak Kekayaan Intelektual sebagai Ciri Khas Usaha yang diberikan Pemberi Waralaba, termasuk status pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual.

Setelah pembuatan Prospektus Penawaran Waralaba oleh Pemberi Waralaba/Pemberi Waralaba Lanjutan, maka terhadap Prospektus Penawaran Waralaba serta Perjanjian Waralaba yang telah dibuat wajib didaftarkan melalui permohonan Surat Tanda Daftar Waralaba (STDW).

Penyampaian Prospektus Penawaran Waralaba oleh Pemberi Waralaba kepada calon Penerima Waralaba ini memegang peranan yang penting di dalam sebuah bisnis waralaba. Untuk lebih menjamin kelayakan usaha bisnis yang diwaralabakan, pada bagian lain peraturan pemerintah ini, Franchisor diwajibkan memperlihatkan prospek kepada calon Franchisee. Berdasarkan hal tersebut, tujuan daripada penyampaian prospektus penawaran waralaba oleh pemberi waralaba kepada calon penerima waralaba adalah agar penerima waralaba bisa melakukan studi kelayakan bisnis terhadap bisnis waralaba yang akan dijalaninya. Selain itu, juga agar penerima waralaba

mengetahui apa yang menjadi keuntungan dan apa yang dapat dibebankan kepadanya sebagai hak dan kewajiban penerima waralaba dalam kontrak waralaba sejak dini.²⁰

3.2.2. Prinsip *Disclosure* Dalam Prospektus Penawaran Waralaba

Menurut pendapat Ghozali dan Chariri, kata *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan²¹. Apabila dikaitkan dengan data, *disclosure* berarti memberikan data yang bermanfaat kepada pihak yang memerlukan. Jadi data tersebut harus benar-benar bermanfaat, karena apabila tidak bermanfaat, maka tujuan dari pengungkapan (*disclosure*) tersebut tidak akan tercapai. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosure* mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktifitas suatu unit usaha. Dengan demikian informasi yang diungkapkan harus jelas, lengkap dan dapat menggambarkan secara tepat mengenai kejadian-kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha tersebut²². Bila arti *disclosure* dikaitkan dengan pengungkapan informasi maka *disclosure* mengandung pengertian bahwa pengungkapan informasi tersebut harus memberikan penjelasan yang cukup dan bisa mewakili keadaan yang sebenarnya dalam perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, dengan demikian informasi harus lengkap, jelas, akurat, dan dapat dipercaya dengan mencitrakan kondisi yang sedang dialami perusahaan, baik informasi keuangan maupun non-keuangan, sehingga tidak ada pihak yang akan dirugikan.

Disclosure/transparansi sangat penting dalam suatu perjanjian waralaba maka perlu dibentuk suatu aturan khusus atau menyempurnakan peraturan waralaba yang mengatur tentang *disclosure* atau prospektus penawaran waralaba di Indonesia yang mengadaptasi substansi Uniform Franchise Offering Circular (UFOC) agar tercipta keseragaman dalam hal substansi dan menjadi dasar hukum yang kuat sehingga akan mendukung perkembangan waralaba di Indonesia.

Berdasarkan Permendag No. 71 Tahun 2019, setiap pewaralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba untuk mendapat Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) dan setiap terwaralaba mendaftarkan perjanjian waralaba. Mengenai pendaftaran perjanjian waralaba ini, hampir dapat dipastikan bahwa pihak yang menilai isi perjanjian tersebut belum memahami ketentuan tentang keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) terkait dengan perjanjian waralaba yang tidak mutlak dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Hal ini menunjukkan lemahnya koordinasi dan sinkronisasi hukum waralaba di Indonesia. Perlindungan terhadap tata cara pemberian *confidential information* dan *know how* (dalam *Franchise Disclosure Document*) dari pihak Franchisor kepada Franchisee diatur dalam perjanjian Franchisanya. Hal-hal yang perlu dilakukan dalam rangka tertib hukum *Franchise* adalah pendaftaran *Franchise*, prinsip *disclosure*, asosiasi *Franchise*, kode etik *Franchise*, dan *guidelines* tentang kontrak *Franchise*.

²⁰ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm. 34.

²¹ Ghozali dan Chariri, *Teori Akuntansi*, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2007, hlm. 46

²² *Ibid.*

Merujuk pada Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Pasal 7 ayat (1) mengatur bahwa prospektus penawaran waralaba merupakan kewajiban pemberi waralaba terhadap penerima waralaba serta mewajibkan pemberi waralaba untuk mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba. Pendaftaran prospektus penawaran waralaba tersebut dilakukan untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), selain itu juga agar penerima waralaba mengetahui apa yang menjadi keuntungan dan apa yang dapat dibebankan kepadanya sebagai hak dan kewajiban penerima waralaba dalam kontrak waralaba sejak dini, sehingga dalam perjanjian waralaba tata caranya diserahkan kepada franchisor dan franchisee. Namun keberadaan atau eksistensi prospektus penawaran waralaba di Indonesia masih bersifat terlalu umum dan kurang menyeluruh sehingga hal-hal yang tercantum didalamnya diatur sangat singkat dan kurang memadai untuk digunakan sebagai pengaturan dasar atau sumber hukum utama untuk menata kegiatan franchise di Indonesia, dimana ketentuan denda dan sanksi administratif berlaku bagi pewaralaba yang tidak mendaftarkan prospektusnya.

Relevansi antara disclosure dan waralaba, dalam hal Pemberi Waralaba memberikan prospektus penawarannya kepada calon Penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran sebagai kewajiban Pemberi Waralaba sebagaimana ditentukan Pasal 7 PP No. 42/2007 harus jelas/terbuka tidak ada yang ditutup-tutupi (*transparan*). Pasal 5 Permendag No. 71 Tahun 2019, juga menentukan bahwa sebelum membuat perjanjian waralaba, maka pihak pemberi waralaba (*franchisor*) wajib memberikan prospektus penawaran waralaba. Dalam penjelasan umum PP No. 42/2007 dijelaskan bahwa pemerintah memandang perlu mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha Pemberi Waralaba baik dari luar negeri dan dalam negeri guna menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional dalam memasarkan barang dan/atau jasa dengan Waralaba.

Ketentuan di atas mengatur kewajiban pihak Pemberi Waralaba untuk memberikan prospektus penawaran Waralaba secara transparan berkaitan dengan persyaratan esensial kerjasama yang diajukannya kepada calon Penerima Waralaba. Prinsip *disclosure* (keterbukaan) memiliki arti tidak ada yang ditutup-tutupi (*transparan*), semua fakta harus dikemukakan. Prinsip-prinsip *disclosure* yang menjadi kewajiban Pemberi Waralaba didasari azas iktikad baik agar Penerima Waralaba dapat mempelajari dalam waktu yang cukup dan mengambil keputusan atas dasar awal yang kuat untuk melakukan kegiatan Waralaba secara terbuka dan sehat. Prinsip ini juga untuk menghindarkan adanya pernyataan yang menyesatkan (*misrepresentation*) atau praktek penipuan. Terlebih jika dilihat kenyataan yang ada, kebanyakan perjanjian Waralaba dilakukan antara pihak asing sebagai Pemberi Waralaba dengan pihak Indonesia sebagai Penerima Waralaba. Dalam upaya melindungi Penerima Waralaba Indonesia, Pemberi Waralaba dari luar negeri harus memiliki bukti legalitas dari instansi berwenang di negara asalnya diketahui oleh Pejabat Perwakilan setempat. Masalahnya, jangan sampai ketentuan ini dianggap sebagai hambatan perdagangan baru yang sangat bertentangan dengan kesepakatan Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization WTO*).

Selain hak dan kewajiban antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang diatur melalui PP No. 42/2007 yang dalam penyelenggaraannya berdasarkan Permendag No. 71 Tahun 2019, juga diatur mengenai sanksi bila pemberi waralaba tidak

mendaftarkan prospektus penawaran waralaba (Pasal 7 dan Pasal 10) sebelum dibuat perjanjian waralaba sebagaimana ketentuan Pasal 29. Pasal 7 menentukan:

- (1) Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan wajib mendaftarkan Prospektus Penawaran Waralaba sebelum membuat Perjanjian Waralaba.
- (2) Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan wajib mendaftarkan Perjanjian Waralaba.
- (3) Pendaftaran Prospektus Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan Perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilakukan melalui pengajuan permohonan STPW sesuai dengan ketentuan Peraturan Menteri ini.

Selanjutnya, Pasal 10 menentukan bahwa “Pemberi Waralaba, Pemberi Waralaba Lanjutan, Penerima Waralaba, dan Penerima Waralaba Lanjutan wajib memiliki STPW”. Sedangkan Pasal 29 menentukan: “Pemberi Waralaba, Pemberi Waralaba Lanjutan, Penerima Waralaba, dan Penerima Waralaba Lanjutan yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 dan Pasal 10, dikenai sanksi sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan”

Berdasarkan uraian analisis di atas maka dapat dikatakan bahwa pembuatan prospektus penawaran waralaba oleh Pemberi Waralaba sebelum dibuat perjanjian waralaba untuk diberikan kepada penerima waralaba adalah sangat penting. Lebih penting lagi daripada itu adalah prospektus penawaran waralaba harus dibuat secara transparan atau sesuai dengan prinsip *Disclosure* dalam pembuatan Prospektus Waralaba. Prospektus Waralaba yang sesuai dengan *disclosure* akan sangat membantu calon Penerima Waralaba untuk bahan pertimbangan dan referensi tentang konsep bisnis waralaba yang ditawarkan oleh pemberi waralaba yang akhirnya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk memutuskan diteruskan dalam pembuatan perjanjian waralaba atau tidak.

4. Kesimpulan

Pengaturan Prospektus Penawaran waralaba dalam perjanjian waralaba merujuk Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba dan pelaksanaannya diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Penyampaian Prospektus Penawaran Waralaba yang transparan atau sesuai dengan prinsip *disclosure* oleh Pemberi Waralaba kepada Calon Penerima Waralaba dimaksudkan agar penerima waralaba bisa melakukan studi kelayakan bisnis terhadap bisnis waralaba yang akan dijalaninya. Setelah dibuatkan Prospektus Penawaran Waralaba, barulah dibuat kesepakatan antara kedua belah pihak yang dituangkan dalam Perjanjian Waralaba. Pengaturan waralaba tersebut belum bisa diterapkan sepenuhnya oleh pihak-pihak terutama masalah prinsip *disclosure*/transparansi dari Prospektus Penawaran Waralaba tersebut, bahkan dalam Perjanjian Waralaba tidak dibuatkan Prospektus Penawaran Waralaba secara tertulis sebagaimana ditentukan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Saran yang dapat diberikan dalam karya ilmiah ini kaitannya dengan bisnis Waralaba di Indonesia, hendaknya para pihak yang terlibat dalam perjanjian Kerjasama Waralaba sebelum bergelut dalam bisnis waralaba terlebih

dahulu memahami tentang praktek waralaba baik di Luar Negeri maupun di Indonesia. Penerapan Perjanjian Waralaba harus sesuai dengan peraturan yang ada sampai saat ini adalah Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Daftar Referensi

- Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Citra Aditya, Bandung, 2000
- Basarah, H. Moch. & H.M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Cetakan ke I, Bandung, 2008
- Ghozali dan Chariri, *Teori Akuntansi*, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2007
- Harahap, M. Yahya, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1986
- Jened, Rahmi dan Mas Rahmah, *Perjanjian Franchising Merek dalam Rangka Pengembangan Pasar Di Indonesia*, Lembaga Penelitian Universitas Airlangga Surabaya, Nopember 2004
- Marzuki, Peter Mahmud, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006
- Muhammad, Abdulkadir, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001
- _____, *Hukum Perjanjian*, Citra Aditya Abadi, Bandung, 2014
- _____, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002
- Muljadi, Kartini dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, Rajawali, Jakarta, 2010
- Prodjodikoro, Wirjono, *Hukum Acara Perdata Di Indonesia*, Sumur Bandung, 1991
- Sofwan, Sri Soedewi Masjchoen, *Hukum Perjanjian*, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 1982
- Subekti dan Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2008
- Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 2001
- Sutedi, Adrian, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Cetakan Pertama, Bogor, 2008
- Syahrani, Riduan, *Seluk Beluk dan Asas-asas Hukum Perdata*, Alumni, Bandung, 1989

Vollmar, *Inleiding tot de studie van het Nederlands Burgerlijk Recht*, Terjemahan Adiwimarta, Gajahmada, Yogyakarta, 1962

<https://www.legalakses.com/prospektus-penawaran-waralaba>, diakses 11 Juli 2022, pukul : 1725 wib.

Lubis, T. Mulya, *Pengaturan Sistem Franchising di Indonesia Dewasa ini*, dalam Siminar Franchising in the 90's, Jakarta, 8-9 Oktober 1991.